

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	9
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	13
1. Einführung	15
1.1 Forschungsgegenstand und Forschungsperspektive	15
1.2 Forschungslogik: Berichterstattung und Kriminalität als Konstrukte	19
1.3 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit	21
2. Die Bedeutung des Publikums aus journalistischer Sicht	23
2.1 Stellenwert der Publikumsorientierung	24
2.1.1 Journalismus mit geringer Publikumsorientierung	24
2.1.2 Journalismus mit starker Publikumsorientierung	27
2.1.3 Zusammenfassung	30
2.2 Die Formung des Publikumbildes	30
2.2.1 Der dynamisch-transaktionale Ansatz	30
2.2.2 Empirische Befunde zum dynamisch-transaktionalen Ansatz	35
2.2.3 Zusammenfassung	36
2.3 Journalistische Deutungs- und Handlungsmuster und Publikumsorientierung	37
2.3.1 Erste konzeptionelle Ansätze der Nachrichtenwerttheorie	38
2.3.2 Die Nachrichtenwerttheorie nach Galtung und Ruge	38
2.3.3 Nachrichtenfaktoren zwischen Deutungsfacetten und Ereignismerkmalen	40
2.3.4 Die Weiterentwicklung der Nachrichtenwerttheorie	42
2.3.5 Zusammenfassung	44

3. Gewaltberichte im Fernsehen: journalistische Deutungs- und Handlungsmuster	47
3.1 Die vermutete Neigung des Publikums zu Gewaltberichterstattung	47
3.2 Emotionalisierung des Publikums durch Gewaltberichterstattung	49
3.2.1 Bedeutung von Furcht	50
3.2.2 Bedeutung von Empathie	51
3.2.3 Zusammenfassung	52
3.3 Die Nachrichtenwerttheorie und die Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität	53
3.3.1 Kriminalität als eigenständiger Nachrichtenfaktor	53
3.3.2 Bedeutung von Folgeschwere	54
3.3.3 Bedeutung von Reichweite	54
3.3.4 Bedeutung von Personalisierung	55
3.3.5 Bedeutung von Eindeutigkeit	55
3.3.6 Bedeutung von Visualität	56
3.3.7 Zusammenfassung	57
3.4 Empirische Befunde zur Kriminalitätsberichterstattung	58
3.4.1 Begriffsklärung	58
3.4.2 Allgemeine Befunde	59
3.4.3 Vermittlung von Folgeschwere	63
3.4.4 Vermittlung von Reichweite	65
3.4.5 Personalisierung	66
3.4.6 Vermittlung von Eindeutigkeit	67
3.4.7 Visualisierung	70
3.4.8 Zusammenfassung	73
3.5 Dimensionen des Erkenntnisinteresses	74
4. Anlage der Untersuchung	79
4.1 Methodologische Grundlagen	79
4.1.1 Offenheit der Forschungsperson	80
4.1.2 Offenheit des Forschungsgegenstandes	81
4.1.3 Die maximale strukturelle Variation der Perspektiven	81
4.1.4 Die 100-Prozent-Regel	82
4.2 Forschungsdesign	83
4.2.1 Auswahl der Sender	85
4.2.2 Auswahl der Sendungen	87

4.2.3 Befragung	91
4.2.3.1 Auswahl der Befragten	92
4.2.3.2 Reaktivität	94
4.2.3.3 Fragetechnik	96
4.2.3.4 Anonymisierung	98
4.2.3.5 Transkription	100
4.2.3.6 Auswertung	101
4.2.4 Inhaltsanalyse	103
4.2.4.1 Auswahl der Beiträge	104
4.2.4.2 Auswertung	106
4.2.5 Methodenverknüpfung	108
4.3 Zusammenfassung	110
5. Ergebnisse der Untersuchung	113
5.1 Die Bedeutung des Publikums aus journalistischer Sicht	113
5.1.1 Publikumsbedürfnisse als Angelpunkt journalistischen Handelns	114
5.1.2 Begründung der Publikumszentrierung	116
5.1.3 Wirkungsabsichten jenseits der Publikumszentrierung	118
5.1.4 Zusammenfassung	121
5.2 Die Formung des Publikumsbildes	121
5.2.1 Die Einschaltquote als Leitgröße	121
5.2.2 Geringer Wiederhall des Publikums	123
5.2.3 Journalistische Interpretation: Zweifel über das Publikum	125
5.2.4 Wissenschaftliche Interpretation: Skepsis gegenüber der Medienforschung	127
5.2.5 Zusammenfassung	128
5.3 Journalistische Wirkungsannahmen	129
5.3.1 Der Nachrichtenwert von Kriminalität	129
5.3.2 Die Bedeutung von Gefühlen	130
5.3.2.1 Die Bedeutung von Furcht	132
5.3.2.2 Die Bedeutung von Mitgefühl	134
5.3.3 Wirkungsrelevante Nachrichtenfaktoren	136
5.3.3.1 Folgeschwere	136
5.3.3.2 Reichweite	138
5.3.3.3 Personalität	140
5.3.3.4 Polarität	142
5.3.3.5 Visualität	145
5.3.4 Zusammenfassung	146
5.4. Wirkungsgerechtes journalistisches Handeln aus Sicht der Befragten	147
5.4.1 Die Gewichtung der Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität	148
5.4.2 Emotionalisierung	150
5.4.2.1 Erregung von Furcht	151
5.4.2.2 Wecken von Mitgefühl	153

5.4.3 Journalistische Handlungsmuster	154
5.4.3.1 Dramatisierung der Gewalt	155
5.4.3.2 Entgrenzung des Schreckens	157
5.4.3.3 Personalisierung des Leids	160
5.4.3.4 Idealisierung des Opfers	162
5.4.3.5 Schaffung innerer Bilder	166
5.4.4 Zusammenfassung	169
5.5 Inhaltsanalytische Befunde zur Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität	172
5.5.1 Die Gewichtung der Berichterstattung über Gewaltkriminalität	172
5.5.1.1 Nachrichten	172
5.5.1.2 Boulevardmagazine	173
5.5.2 Handlungsrelevanz journalistischer Wirkungsabsichten	175
5.5.2.1 Dramatisierung der Gewalt	176
5.5.2.2 Entgrenzung des Schreckens	177
5.5.2.3 Personalisierung des Leids	181
5.5.2.4 Idealisierung des Opfers	185
5.5.3 Zusammenfassung	189
6. Fazit	191
6.1 Die zentrale Bedeutung des Publikums aus journalistischer Sicht	193
6.2 Die Formung des Publikumbildes: der schweigende Riese	194
6.3 Mutmaßungen über die Neigung des Publikums zu Mediengewalt	194
6.4 Stellenwert von Emotionen: Furcht und Mitgefühl	195
6.5 Stellenwert des Themenfelds Gewaltkriminalität	195
6.6 Folgeschwere und die Dramatisierung der Gewalt	196
6.7 Reichweite und die Entgrenzung des Schreckens	197
6.8 Personalität und die Leitfiguren der Berichterstattung	198
6.9 Eindeutigkeit und die Idealisierung des Opfers	199
6.10 Visualisierung und das Kino im Kopf	200
6.11 Schlussbemerkung	201
7. Literatur	205
8. Anhang	229
8.1 Interviewleitfaden	229
8.2 Codierschema der Befragung	231
8.3 Codierschema der Inhaltsanalyse und Intercodiererreliabilität	235
8.4 Codebuch der Inhaltsanalyse	241